

**STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN RETAIL PADA
PERCETAKAN GRAND DEPOK PRINTING MELALUI SOSIAL
MEDIA INSTAGRAM DI MASA PANDEMI**

SKRIPSI



Disusun oleh

Haryo Tamtomo

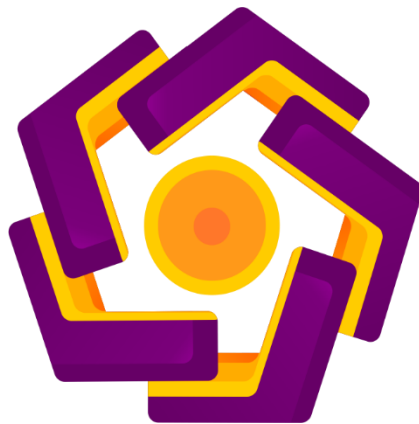
17.96.0240

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN RETAIL PADA
PERCETAKAN GRAND DEPOK PRINTING MELALUI SOSIAL
MEDIA INSTAGRAM DI MASA PANDEMI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana atau strata I
pada jurusan Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

Haryo Tamtomo

17.96.0240

Dosen Pembimbing :

Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A.

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN RETAIL PADA
PERCETAKAN GRAND DEPOK PRINTING MELALUI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM DI MASA PANDEMI**

yang disusun dan diajukan oleh

Haryo Tamtomo
17.96.0240

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 19 Desember 2022

Dosen Pembimbing,


Kartikasari Yudaningsar, M.A

NIK. 190302444

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN RETAIL PADA
PERCETAKAN GRAND DEPOK PRINTING MELALUI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM DI MASA PANDEMI**

yang disusun dan diajukan oleh

Haryo Tamtomo

17.96.0240

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Desember 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302444



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437



Erfina Nurussa'adah, S.Kom.I., M.I.Kom
NIK. 190302361

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 19 Desember 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



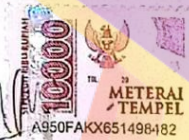
Emha Taufiq Luthfi, S.T.M.Kom.
NIK. 190302096

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 19 Desember 2022



Haryo tamtomo

MOTTO

Perjalanan dimulai dengan berjalan, apa guna memiliki banyak teori tanpa eksekusi.

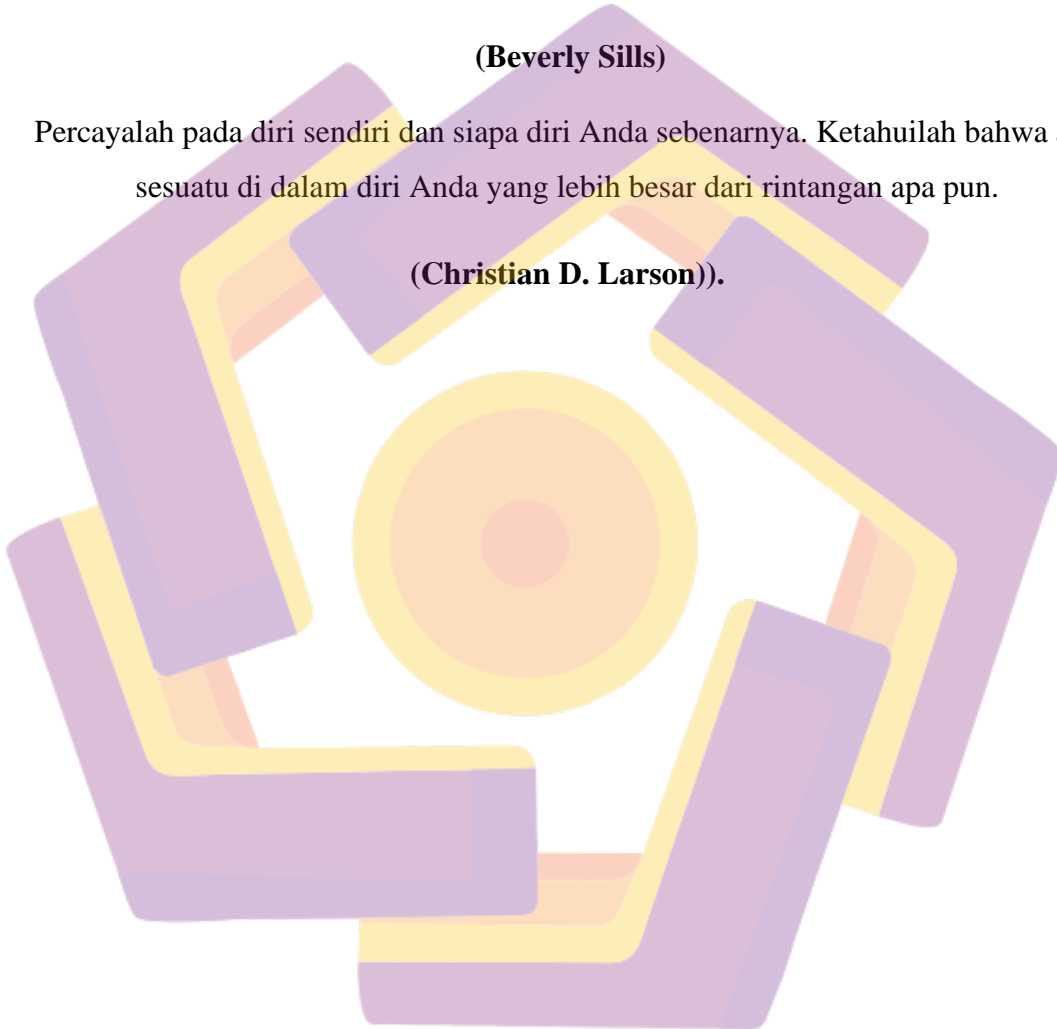
(Penulis)

Tak ada jalan pintas ke tempat yang layak dituju.

(Beverly Sills)

Percayalah pada diri sendiri dan siapa diri Anda sebenarnya. Ketahuilah bahwa ada sesuatu di dalam diri Anda yang lebih besar dari rintangan apa pun.

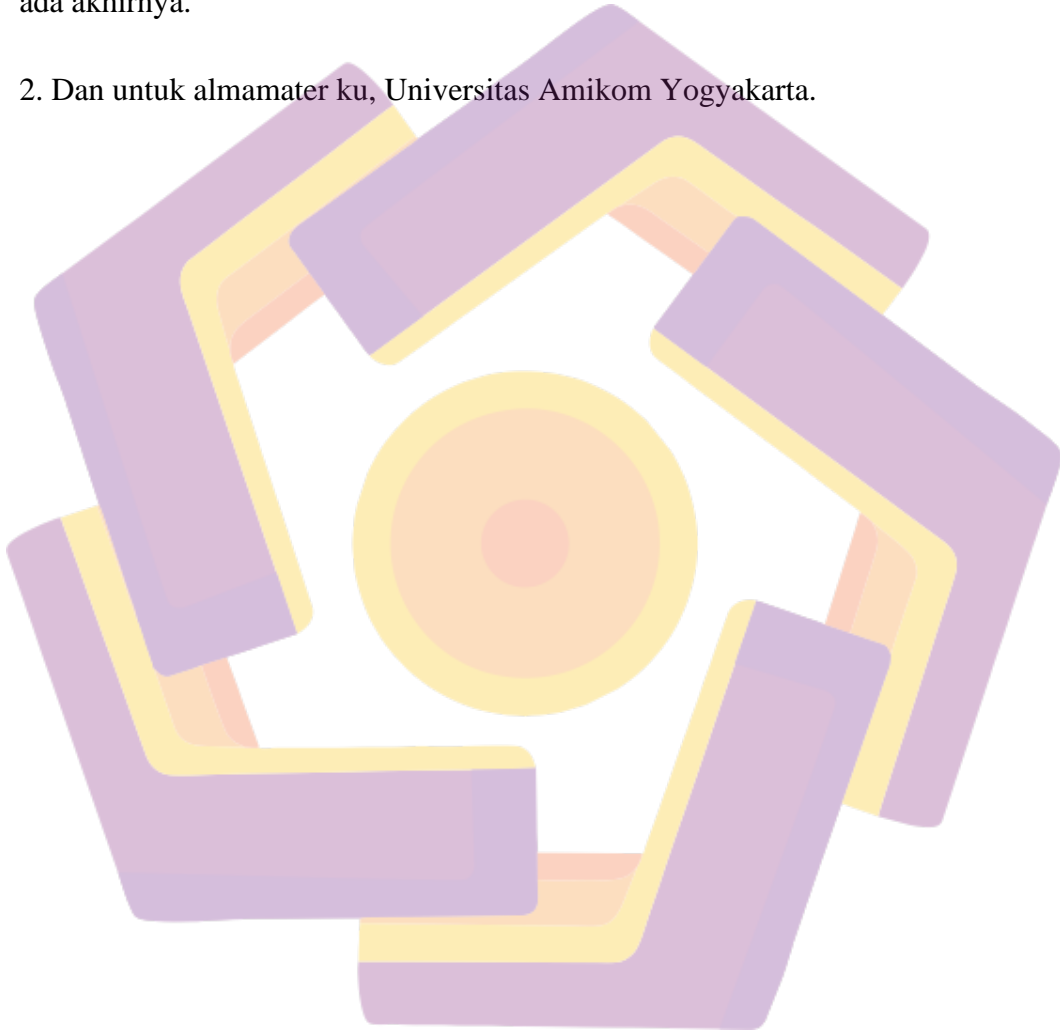
(Christian D. Larson)).



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis dedikasikan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Indarno dan Ibu Tuti Wiarti, ketulusanya dari hati atas doa yang tak pernah putus, semangat yang tak ternilai dan usaha yang tak pernah ada akhirnya.
2. Dan untuk almamater ku, Universitas Amikom Yogyakarta.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Peran Sosial Media Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Percetakan Retail Grand Depok Printing Di Masa Pandemi”.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi ilmu komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Selaku Dekan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Kartikasari Yudaningsari S.I.Kom., M.A. Selaku Pembimbing Skripsi, yang dengan baik dan sabar telah banyak membantu, membimbing, memberikan nasihat, dan juga saran yang bermanfaat sehingga penyusunan ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen beserta Staf Administrasi Universitas Amikom Yogyakarta dan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial pada khususnya yang telah membantu kelancaran selama proses perkuliahan.
6. Terima kasih setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada orang tua penulis yaitu Bapak Indarno dan Ibu Tuti Wiarti yang selalu memberikan doa yang terbaik,

dukungan, motivasi, serta jasa-jasa beliau dalam mendidik penulis agar menjadi orang yang sukses dan bermanfaat di dunia maupun akhirat.

7. Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2017 khususnya kelas Ilmu Komunikasi 04 Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta atas kerjasama dan waktu kebersamaannya selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

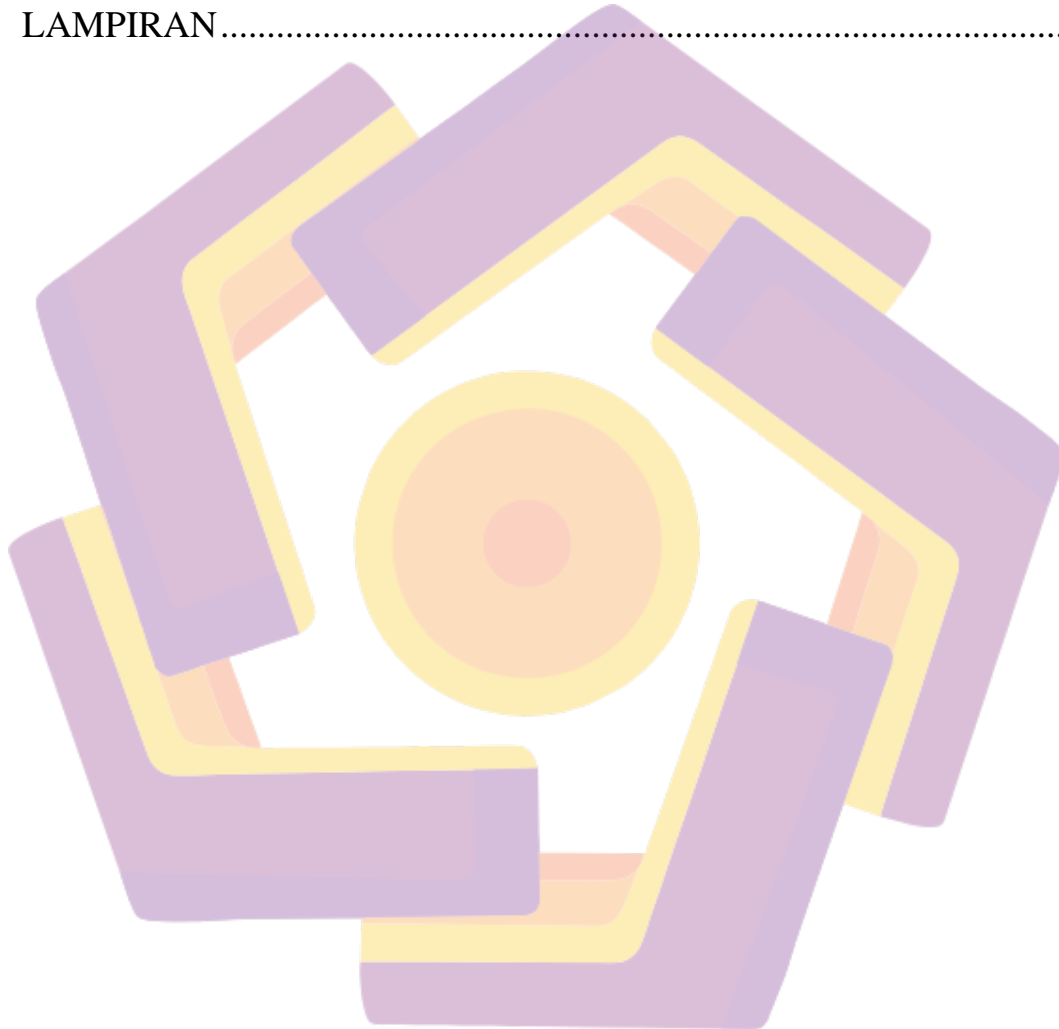
9. Terima kasih kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



DAFTAR ISI

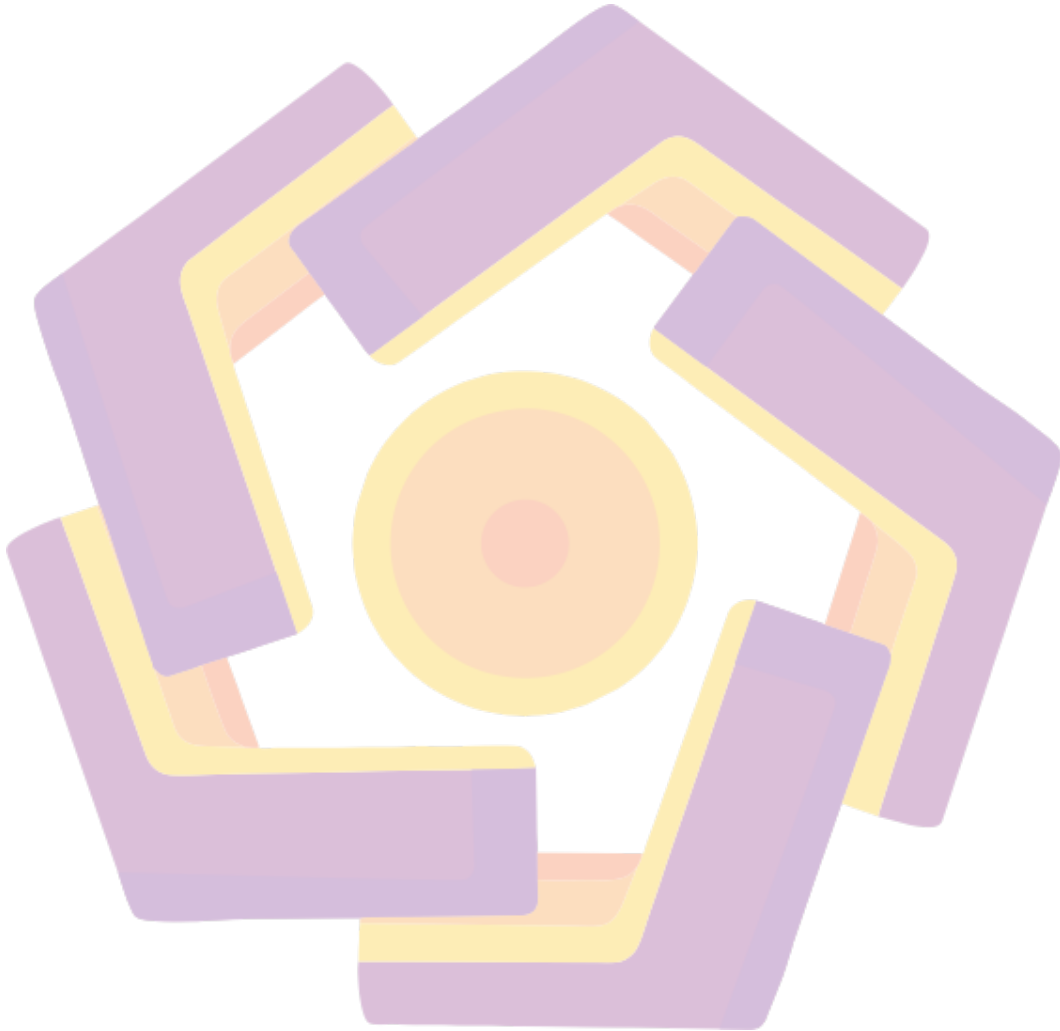
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
Gambar 1.2 Data Grafik Penjualan Percetakan Grand Depok Printing	5
1.2 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 Instagram sebagai Media Promosi	14
2.4 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	20
2.4 Kerangka Berpikir	21
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
3.3 Tempat Penelitian.....	26
3.4 Objek Penelitian	26
3.5 Subjek Penelitian.....	27
3.6 Sumber Data dan jenis Data	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data	28
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.9 Triangulasi.....	31
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.2 Hasil.....	33
4.3 Pembahasan	56

BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
Daftar Pustaka.....	70
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Covid -19.....	2
Gambar 1.2 Data Grafik Penjualan Percetakan Grand Depok Printing.....	6
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek.....	19
Gambar 4.2 Produk cetak custom payung Grand Depok Printing.....	35
Gambar 4.3 Produk cetak custom mug Grand Depok Printing	35
Gambar 4.4 Jasa cetak custom packaging Grand Depok Printing.....	44
Gambar 4.5 Jasa cetak custom hangtag Grand Depok Printing	44
Gambar 4.6 Tokopedia Grand Depok Printing	38
Gambar 4.7 Konten Edukatif & Informatif Grand Depok Printing.....	40
Gambar 4.8 Konten Edukatif & Informatif Grand Depok Printing.....	40
Gambar 4.9 Pemberian logo di setiap konten Grand Depok Printing	41
Gambar 4.10 Pemberian tagar di setiap konten feed instagram Grand Depok Printing...	41
Gambar 4.11 Beberapa konten edukasi Grand Depok Printing.....	45
Gambar 4.12 Tema postingan feed Instagram Grand Depok Printing	46
Gambar 4.13 Tema postingan feed Instagram Grand Depok Printing	46
Gambar 4.14 Tema postingan feed Instagram Grand Depok Printing	47
Gambar 4.15 Tema postingan feed Instagram Grand Depok Printing	47
Gambar 4.16 Konten reels Grand Depok Printing	48
Gambar 4.17 Konten kuis Grand Depok Printing	49
Gambar 4.18 Pola interaksi yang terjadi	50
Gambar 4.19 Pengelompokkan Hastag Grand Depok Printing.....	51
Gambar 4.20 Caption dengan julukan Sobat GDP	53
Gambar 4.21 Konten dengan Tagline Mudah, Cepat & Praktis	54
Gambar 4.22 Konten dengan Tagline Mudah, Cepat & Praktis	54
Gambar 4.23 Program Promo All You Can Print.....	55

INTISARI

Percetakan Grand Depok Printing merupakan salah satu usaha retail yang berlokasi di Kota Depok, Jawa Barat dan merupakan anak perusahaan dari PT Muara Cipta Kreasi. Percetakan retail ini baru berdiri mulai awal tahun 2021, Percetakan Grand Depok Printing memproduksi baik cetak *outdoor* maupun *indoor*, yang diantaranya adalah banner, spanduk, sablon mug, stiker, buku, dll. Banyaknya perusahaan sejenis yang muncul membuat percetakan Grand Depok Printing sulit untuk mempertahankan posisi produk dan jasanya karena persaingan industri yang semakin ketat. Selain kondisi pesaing yang ketat, perusahaan retail ini juga berdiri di tengah masa Pandemi Covid-19. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Strategi Pemasaran Perusahaan Retail pada Percetakan Grand Depok Printing melalui sosial media Instagram. Dalam menentukan strategi pemasaran perlu diketahui faktor internal dari kekuatan dan kelemahan, faktor eksternal dari peluang dan ancaman. Serta menentukan pemasaran pada sosial media instagram milik Grand Depok Printing guna mencapai segmentasi yang tepat. Selain pemasaran, tapi juga pengelolaan pada postingan sosial media milik Grand Depok Printing, guna menarik perhatian khalayak pada tampilan feed di sosial media instagramnya. Analisis data yang dilakukan oleh penulis adalah analisis kualitatif deskriptif dengan cara mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data pada perusahaan untuk menuju suatu kesimpulan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Perusahaan Retail Percetakan Grand Depok Printing, Sosial Media

ABSTRACT

Grand Depok Printing is a retail business located in Depok City, West Java and is a subsidiary of PT Muara Cipta Kreasi. This retail printing company has only been established since early 2021. Grand Depok Printing produces both outdoor and indoor printing, which include banners, banners, mug screen printing, stickers, books, etc. The number of similar companies that have emerged makes it difficult for Grand Depok Printing to maintain the position of its products and services due to increasingly fierce industry competition. In addition to tight competition conditions, this retail company also stands in the midst of the Covid-19 Pandemic. Therefore, the purpose of this research is to find out the Marketing Strategy of Retail Companies in Grand Depok Printing through Instagram social media. In determining the marketing strategy, it is necessary to know the internal factors of strengths and weaknesses, external factors of opportunities and threats. And determine marketing on social media Instagram owned by Grand Depok Printing in order to achieve the right segmentation. In addition to marketing, but also manages social media posts belonging to Grand Depok Printing, in order to attract public attention to the appearance of feeds on their Instagram social media. Data analysis conducted by the author is descriptive qualitative analysis by collecting, analyzing, and interpreting data on the company to reach a conclusion.

Keywords: *Marketing Strategy, Grand Depok Printing Retail Company, Social Media*